

정리
박연숙 본지기자
사진
심크리에이티브 제공

디자인이 세상을 바꾼다!

심크리에이티브 박주석 대표

지난 2009년, 김연아 선수를 크리스마스 썸의 모델로 선정하면서 협회는 일러스트 위주의 크리스마스 썸이 아닌 색다른 썸을 원했고, 그러한 과정에서 만나게 된 사람이 '심(心)크리에이티브' 박주석 대표였다. 결론부터 말하자면 2009년 크리스마스 썸은 큰 호응을 얻었다. 김연아 선수에 대한 호감과 전체적인 썸 디자인이 맞아떨어져 남녀노소 고른 호응을 보였고, 덕분에 2009년 크리스마스 썸 모금은 순조롭게 진행이 되었다. 하지만 이런 2009년의 성과로 인해 2010 크리스마스 썸 제작에 있어 고민이 깊어졌다. 과연 어떤 소재, 어떤 디자인으로 제작해 모금을 할 것인가? 협회는 「한글사랑」을 주제로 크리스마스 썸 수요층의 마음을 열기 위해 다시 한 번 심(心)크리에이티브의 문을 두드렸다. 10월 1일 2010년 크리스마스 썸 발행을 앞두고, 심크리에이티브 박주석 대표와 이야기를 나눠보았다. 다음은 박주석 대표와의 일문일답.

2009년 '김연아 썸'에 이어

2010년 크리스마스 썸 도안을 맡게 된 소감은?

초등학교 때 누이가 사준 크리스마스 썸을 보면서 신기하다는 생각을 했던 기억은 우표를 보거나 연말이 되면 더욱 생각이 납니다. 누구나 가지고 있을 추억을 저 역시 갖고 있었는데, 2년 연속 크리스마스 썸을 디자인하게 되니, 뜻은 이루어진다는 말을 실감하고 있습니다.

심크리에이티브는 어떤 일을 하는 곳인가요?

제품은 공장에서 만들어지지만, 브랜드는 사람의 마음에서 만들어진다.는 철리를 믿으며, 더 좋은 디자인, 더 좋은 커뮤니케이션을 위해 사람을 연구하는 회사가 바로 심크리에이티브입니다. 전국 3천여 개의

디자인 전문회사 중 지식경제부와 한국디자인진흥원에 의해 우수 디자인전문회사로 선정되기도 했습니다.

그 동안 해왔던 일을 소개하자면, 국격 향상을 위한 국가브랜드 정립과 '솔향강릉', 가족을 사랑하는 건강한 방법 '토요애', 감동을 담아드리는 소리 '유니버설 필하모닉 오케스트라' 브랜드, 유럽풍 커피&디저트 카페 '코코브루니' 브랜드, 대한민국 굿 디자인트로피 디자인 등 수많은 성공 브랜드를 만들어내기도 했습니다.

올해 쉰은 '한글사랑'을 주제로 여러 가지 의미를 캘리그래피로 표현하였는데... 수많은 단어 중 10개의 단어가 선정된 배경

"크리스마스 실은 사랑"이라는 크리스마스 쉰의 기본 컨셉을 염두에 두고, 한글의 아름다움을 캘리그래피로 표현하고자 했습니다.

예컨대 사람마다 사랑이 뭐냐고 묻는다면 그 정의는 너무나 다양할 수 있죠. "사랑은 축구다"라고 말하는 사람은 축구를 통해 웃음과 기쁨과 기대를 얻기 때문일 것이며, "사랑은 기다림이다"라고 말하는 사람은 사랑은 열정으로 시작해서 의지로 발전되고 희생으로 완성되는 것이라고 생각하기 때문이 아닐까 가정해 보았습니다. 경험과 생각에 따라 내용이나 의미가 달라질 수 있는 것이 '사랑'에 대한 정의죠. 그래서 크리스마스 쉰 모금의 타깃을 고려해 '사랑'이라는 단어에서 일반적으로 느낄 수



있는 가치를 기준으로 10개의 단어를 선정하게 되었습니다.

바람이 있다면 너무 소중하지만 가끔은 잊고 사는 우리들이 크리스마스 쉼을 통해 더 따뜻한 가정, 학교, 직장 사회가 되는 것입니다.

캘리그래피는 무엇이며,

우리가 일상에서 캘리그래피를 접할 수 있는 곳?

캘리그래피라는 의미는 새로운 도구에 의한 육필문자 및 그 기술을 말합니다. 그리스어로 '아름답다'를 의미하는 'kallos'와 '펼칠'을 의미하는 'graph'의 합성어죠. 해서·행서·초서 모두를 포함하며 나아가고 전적 서풍에서 창작과 전위적 서풍까지를 포괄하는 개념이라고 정의되고 있습니다.

비슷한 의미로 '캘리그램'이 있습니다. 라틴어로 calli는 점두사로서 미(美)의 뜻을 갖고 있으며, gramme은 점미사로 형태(글자)의 뜻을 갖고 있습니다. 즉 '아름다운 상형글자'를 말하는 것이지요. 회화(그림적 요인)와 시(언어적 요인)의 감각적 특성 사이의 역동적인 상호 관계를 갖는 조형적 조화나 결합으로서 말을 다루었는데, 예를 들어 아폴리네르의 상형 시는 인쇄상의 기교를 통해 즉각적이고 효과적인 신선한 시각적 서정을 탄생시킴으로써 이후의 많은 광고제작자들의 모방의 대상이 되었습니다.

글자로 구성된 선전 문구를 보다 실감나게 해주며, 혹은 그 광고의 성격에 즉각적인 의미를 부여해줄 수 있고, 아마도 "글씨가 사람을 움직인다"는 믿음이 내면에 존재하기 때문일 것입니다.

쉼 디자인을 하시는 동안 어려움도 많았을 거라고 생각되는데...

새로운 쉼을 디자인하기 위해서는 제일 먼저 무엇을 어떻게 표현할 것인가에 대한 고민입니다. 그 '무엇'은 그 사회의 이슈를 모티브로 크리스마스 쉼이 추구하는 다양한 목적성과 소비자의 욕구를 고려하여 결정되는

데, 쉽지 않은 과정입니다. 일례로 작년 크리스마스 씬은 김연아 선수의 아름다운 배려로 시작되어 많은 사랑을 받는 디자인이 되었습니다.

올해는 그 버금가는 이슈를 찾지 못해 많은 고민이 있었지만 “크리스마스 씬은 사랑”이라는 가치를 디자인하자는 데 의견이 모아졌습니다. 하지만 무형의 가치를 비주얼로 표현하는 일 또한 쉽지는 않았어요.

전 국민이 모아준 사랑의 마음들이 대한민국을 더욱 따뜻하게 하는 힘이 되어야 한다는 책임감이 있고, 2010년 씬이 세상에 나왔을 때 그 결과가 어떨지 가슴 졸이고 있습니다.

한글 티셔츠 전시 등 광고나

디자인 쪽에서도 특히 한글과 인연이 많으신데...

추사 김정희 선생께서는 이미 그 당시에 사물을 보고 그대로 그리는 것은 예술이 아니라고 말씀하셨습니다. 누구든 개개인의 손끝에서 펼쳐지는 글씨는 고유성이 가장 강하고 모방을 할 때는 그만큼 개성이 떨어진다고 믿고 있습니다. 어떤 브랜드가 전달하고자 하는 메시지가 그 대상에게 품격을 유지하면서도 더 효과적인 차별화 방법이라고 생각하고 있습니다.

앞으로의 계획

회사의 운영 및 디자인 작업에서 몇 가지 신조로 삼는 말이 있습니다.

‘디자인은 효용과 의미의 결합(john heskett)’, ‘디자인은 사고와 증오를 만드는 기본 요소이며 새로운 기업의 영혼이다(툼퍼티스/경영컨설턴트)’, ‘디자인은 소비자의 잠재 욕구를 만족시키며 새로운 생활을 창조하는 것이다(삼성)’.

영감을 불어넣은 디자인, 기쁨을 주는 심크리에이티브만의 디자인으로 더 많은 사람으로부터 사랑받는 디자이너, 회사가 되는 것이 목표이자 계획입니다. †

